

ESTUDIOS DE NARRATIVA

Narrativas audiovisuales: los discursos



**Francisco García García y Mario Rajas
(Coordinadores)**



icono14
editorial

Colección: Estudios de Narrativa

2. Narrativas audiovisuales: los discursos

Coordinadores: Francisco García García y Mario Rajas

Primera edición: diciembre de 2011

© De los autores, 2011

© Icono14, 2011

C/ Salud 15, 5º Dcha. 28013 Madrid

ediciones@icono14.net

www.icono14.net

Editorial: Icono14 editorial

Editor: Francisco García García

Coordinador Estudios de Narrativa: Mario Rajas

Coordinador técnico: Pablo César Alonso Colchón

Diseño colección: Roberto Gamonal Arroyo

Maquetación: Aída de la Fuente, Paula Sansans, Chiara Hellquist y Mario Rajas

Fotografía cubierta: Hernando Gómez Gómez

Impreso por Bubok Publishing S.L.

ISBN: 978-84-939077-4-7

Impresión bajo demanda

Impreso en España – *Printed in Spain*

Texto evaluado por el método de revisión por pares (Peer review)

Esta obra ha sido impresa por ICONO14 mediante el sistema de autopublicación de BUBOK PUBLISHING, S.L. para su distribución y puesta a disposición del público bajo el sello editorial BUBOK en la plataforma on-line de esta editorial.

BUBOK PUBLISHING, S.L. no se responsabiliza de los contenidos de esta OBRA, ni de su distribución fuera de su plataforma on-line.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de la misma mediante alquiler o préstamo públicos.

Análisis narratológico y sociedad representada: los personajes LGBT en el cine

Juan Carlos Alfeo

Resumen

El personaje es signo; un conglomerado de significantes que posee la virtud de conectar al lector/espectador con un extenso universo de significados. Estos significados, a su vez, son una de las materias primas con las que construimos nuestro imaginario en relación con casi todo, incluida la realidad social; piezas con las que edificamos nuestra conciencia y nuestra opinión.

La narrativa emplea recursos similares a los de la percepción para simplificar el intercambio de información y hacer más eficaz la comunicación entre emisor y receptor. De estos recursos uno de los más interesantes y que mayores repercusiones puede tener en el receptor es el uso sistemático de los estereotipos.

Los estereotipos constituyen una suerte de “contrato narrativo” como lo es el concepto de “género narrativo”; fórmulas que incrementan la eficacia comunicativa allanando el camino, aportando una gran cantidad de información adicional sobre la que ya no es necesario extenderse y que permiten a emisor y receptor centrarse en el meollo de la cuestión.

Esta particular transacción de estrategias entre narración y cognición es uno de los factores que, desde un punto de vista analítico, nos permite seguir el rastro del imaginario colectivo en relación con determinadas realidades sociales y que convierten el análisis narratológico de personajes en una fuente constante de información sobre el modo de

entender la realidad por parte de una comunidad a través de sus representaciones, especialmente útil en el caso de las áreas marginales o en el caso de los tabúes culturales con los que el ciudadano no interactúa cotidianamente.

La narratología, combinada con otras herramientas de análisis, nos permite llevar a cabo el análisis de las representaciones, en particular de sus existentes, y a través de ellos llegar a conocer esas cristalizaciones del imaginario colectivo que, como precipitados de información, se concretan y toman forma en los relatos y que nos permiten a los analistas señalar cuándo las representaciones están interfiriendo en la socialización positiva de realidades que, como la LGBT, no son fácilmente accesibles fuera de sus apariciones, por otro lado casi siempre vinculadas de algún modo a lo espectacular o a lo excepcional, en los discursos mediáticos.

Introducción

Este artículo incluye una reflexión y una propuesta. La reflexión aborda la potencialidad de la narratología como disciplina capaz de ofrecer alternativas prácticas más allá de la mera reflexión teórica. En cuanto a la propuesta, los siguientes párrafos contienen, si no el desarrollo *in extenso*, sí al menos el marco general de una opción metodológica específica centrada en el personaje como elemento de conexión directa entre el imaginario narrativo y el imaginario social.

Los instrumentos ofrecidos por la narratología nos permiten analizar el imaginario social en el cine o la televisión y reflexionar sobre las formas que la realidad social adopta cuando sus referentes se convierten en objeto discursivo, especialmente cuando se trata de realidades ocultas, como la LGBT, para la que los retratos ofrecidos desde los medios audiovisuales devienen en determinantes en la recepción de su imagen pública. Narración y percepción utilizan estereotipos como parte de sus respectivas estrategias, un hecho que nos permite establecer un puente de análisis entre realidad y representación; una vía de ida y vuelta entre

personajes y sujetos representados. En este sentido la narratología realiza una aportación directa, desde el ámbito metodológico y conceptual, a los discursos propiciadores del cambio social a través del análisis de los estereotipos y otras constantes de representación.

Objetivos

Por lo general se concibe la narratología como un ámbito exclusivamente teórico cuyos conceptos parecen rehuir la aplicación práctica; una disciplina cuyo verdadero potencial, paradójicamente y debido a esta concepción, olvidamos casi por completo en el momento de aproximarnos al análisis práctico de los textos audiovisuales.

El objetivo de este texto no es otro que el de reflexionar sobre las capacidades de un análisis basado en parámetros narratológicos, sobre sus limitaciones y sobre el porqué de su eficiencia.

Como se ha dicho, el análisis narratológico nos permite estudiar de manera especialmente adecuada las realidades sociales ocultas y/o marginales, en las que se da la circunstancia de que los relatos sustituyen de hecho a la propia experiencia de la realidad.

Se intentará explicar en qué medida este análisis ayuda a poner de manifiesto las alteraciones, los desajustes y las “áreas erróneas” en la representación de estos colectivos, un proceso que faculta al analista para ofrecer argumentos sólidos, contrastables e incluso cuantificables, en el debate que, necesariamente, acompaña a todo proceso de transformación del imaginario colectivo.

Metodología

El método es esencialmente expositivo. En primer lugar, en esta propuesta de carácter metametodológico, en la medida en la que constituye una reflexión sobre las posibilidades en sí de una determinada opción metodológica, se han estudiado la literatura y las referencias esenciales

del ámbito de la narratología, en especial aquellos aspectos relacionados con la construcción del personaje, su dimensión signica y su relación con la realidad, en particular en su función referencial, y también el concepto mismo de estereotipo.

En segundo término, se han analizado las fuentes que desde la sociología y los denominados estudios culturales abordan la construcción de la realidad social y sus procesos implícitos y que nos permiten conectar personajes y referentes y elaborar un discurso que, partiendo de lo narrativo, es de aplicación en el ámbito de la crítica social.

Por último, se enumeran las variables de una propuesta básica de análisis que se apoya en los parámetros analizados previamente; una metodología de carácter cuantitativo y cualitativo que ya ha demostrado su eficacia en la práctica y que, con las modificaciones y ajustes específicos, es de aplicación a cualquier texto de naturaleza audiovisual en relación con cualquier colectivo social.

1. La narratología como herramienta

La realidad LGBT¹ ha experimentado en nuestro país un enorme cambio de estatus. Desde las catacumbas del rechazo social hasta la aceptación del matrimonio civil entre personas del mismo sexo, el hecho homosexual ha visto cómo la opinión pública iba transformándose progresivamente y su presencia en la cotidianidad social se ha ido incrementando de la mano de los medios audiovisuales; primero el cine y más adelante las series de ficción y otros formatos televisivos.

El cine y la televisión constituyen ámbitos privilegiados para el análisis del imaginario colectivo en relación con las más diversas cuestiones pero adquiere especial relevancia en aquellos casos en los que dicha realidad se oculta o se mantiene en los márgenes de lo social. Si bien podemos admitir que el incremento de la visibilidad pública de la cuestión homosexual es un hecho, no es menos cierto que basta pasear por cualquier avenida de nuestro país, incluso en las grandes ciudades, para constatar que aún queda un largo camino por recorrer.

Así pues, podemos seguir considerando que la mayor parte de la realidad LGBT permanece oculta.

Si abandonamos el espacio de los “distritos gays” de las grandes ciudades o nos alejamos de las pantallas de cine o de televisión, no es fácil encontrarse con expresiones cotidianamente abiertas de identidad LGBT.

En este contexto, a falta de experiencias directas en el día a día, los estereotipos representacionales de la televisión y del cine siguen siendo la fuente principal de información para quienes no tienen la oportunidad de obtener un conocimiento directo e inmediato, en el sentido primario de no mediado, de esta parcela de la realidad social e individual.

La capacidad del cine y de la televisión como vías privilegiadas de acceso al conocimiento de la experiencia LGBT, se ponía de manifiesto en los primeros estudios sobre el tema:

No hay grupo humano que pueda permitirse ignorar la importancia del cine. Aunque eclipsado tal vez, hoy en día, por la televisión, ha sido durante la mayor parte de este siglo el modo de comunicación, expresión y diversión —la “práctica significativa”, en definitiva— par excellence. Ha servido como depósito de imágenes del modo como la gente es y cómo debe ser. Imágenes que, al mismo tiempo, producen y ayudan a producir el modo general de pensar y de sentir de nuestra cultura. (Dyer, 1986, p. 17).

Por esta razón, en la medida en la que los personajes LGBT siguen siendo personajes que habitan en los discursos narrativos de diversa naturaleza, la narratología sigue siendo una herramienta esencial para desentrañar los rasgos de ese retrato fílmico —ahora también televisivo— definido como:

[...] el conjunto de valores asignados a un determinado sujeto o colectivo social por una producción cinematográfica, a través de la caracterización de sus personajes. Valores que determinan tanto la importancia y participación de este sujeto o colectivo representado, como su imagen, su estatus y su representatividad dentro de la sociedad en la que vive (Nascimento, 1995, p. 5).

1.1. Naturaleza y función de los estereotipos

Este tipo de estudios suelen tener como objetivo el de contribuir al cambio social por medio de la revisión y renegociación de los estereotipos dominantes en relación con diferentes colectivos sociales cuando se considera que dichas representaciones están excesivamente desviadas y, por ello, dificultan la socialización del grupo o de la realidad a la que pretenden representar. Son, en definitiva, instrumentos para el desarrollo social que se alimentan de la libertad de los propios textos a los que analizan porque, como afirma Jesús García Jiménez, *“Narrar es una forma de ser libres, de ser capaces de llevar a los ojos propuestas de revoluciones prácticas sobre las condiciones de la experiencia humana”* (1993, pp. 52-53).

Por su parte analizar estas propuestas es un esfuerzo intelectual por llevar esa misma libertad más allá de las salas, de las pantallas, de las páginas, en resumen, de los textos, y de promover que sus “revoluciones prácticas” alcancen y germinen en el imaginario colectivo transformándolo y expandiendo sus límites.

El estereotipo, sustantivo compuesto de los términos griegos *στερεός* (sólido) y *τύπος* (forma), fue acuñado por el intelectual estadounidense Walter Lippmann en el año 1922 (Lippmann, 1991).

El término en sí es una metáfora que el periodista empleó tomando como referencia la estereotipia, una técnica de impresión basada en planchas completas en lugar de hacerlo en tipos independientes con el fin de responder a la necesidad de imprimir grandes tiradas; planchas de plomo que resultaban eficaces en la producción pero que al mismo tiempo eran imposibles de modificar una vez elaboradas.

Será Allport el que elaborará otro texto de referencia en el que relacionará estereotipo y prejuicio. Para Allport, el estereotipo es *“una creencia exagerada que está asociada a una categoría. Su función es justificar (racionalizar) nuestra conducta en relación a esta categoría”* (1968, p. 215).

En realidad el estereotipo es una herramienta comunicativa; es una convención asentada culturalmente en virtud de la cual se dan por co-

nocidos una serie de rasgos mínimos relacionados con cualquier aspecto de la realidad. Como tal herramienta, el estereotipo no es por sí mismo positivo o negativo; al emplearlo ponemos en conexión las estrategias de economía cognitiva con su correlato discursivo, la economía narrativa, con el fin de incrementar la competencia en ambos ámbitos y cuyo resultado es un proceso de intercambio comunicativo rápido y eficaz.

El problema de la estereotipificación reside en dos de sus características inherentes: su reduccionismo y su rigidez, sobre todo cuando se aplica a aspectos de la realidad que no resultan fácilmente accesibles de manera directa y más o menos regular. En estos casos, en los que el estereotipo sustituye de manera permanente a la experiencia directa, el individuo ya no juzga la realidad en función de sus propias percepciones, sino que lo hace a través de los juicios que emanan de la construcción estereotipada que son literalmente y por naturaleza, prejuicios.

El estereotipo, de por sí inicialmente neutral en su función referencial, solo será positivo o negativo en función del signo de los juicios que promueva sobre la categoría a la que representa. Pero aún así, esto no constituye el mayor problema; el principal inconveniente viene dado por el grado de determinismo cognitivo que el estereotipo imponga sobre la percepción de su referente. Por otro lado la percepción de los estereotipos no es un proceso consciente, sino que es inconsciente, transparente y automático. Como afirma Ubaldo Cuesta, a propósito del proceso de inferencia por el que el espectador reconstruye desde su conocimiento, y de forma apriorística, el perfil psicológico de los personajes del relato (2006, p. 63):

No solo la inferencia es inconsciente, también los datos que observa el espectador para construir al personaje son, con frecuencia, inconscientes: el espectador no sabe con certeza cuáles son los datos sensoriales que emplea para construir sus juicios.

Detengámonos a continuación en este último aspecto que constituye el eje de los problemas derivados de la estereotipia.

1.2. Estereotipos, determinismo y negociación

Como hemos dicho, los estereotipos constituyen herramientas eficaces en el proceso de comunicación. Todos los utilizamos todos los días en nuestros intercambios comunicativos tanto si actuamos como emisores como si lo hacemos en calidad de receptores y lo hacemos porque nuestro cerebro necesita categorizar para poder manejar la ingente cantidad de información que llega hasta él desde el exterior. Empleamos categorías en todos los ámbitos perceptivos y cognitivos: categorías visuales, auditivas, táctiles, etc., y también categorías semánticas, plásticas, etc., a la hora de representar a través de cualquier medio. Es, en resumen, una manera de empaquetar la información para poder manejarla de manera óptima.

Berger y Luckman emplean el concepto de esquema tipificador en lugar del más extendido de estereotipo y exponen la dinámica de este proceso cuando afirmaban que a la hora de interactuar *“Yo aprendo al otro por medio de esquemas tipificadores aun en la situación «cara a cara», si bien estos esquemas son más «vulnerables» a su interferencia que otras formas «más remotas» de interacción”* (Berger y Luckman, 1995, p. 48).

Estos esquemas son, efectivamente, vulnerables a la interacción directa y es en este “cara a cara” donde es posible llevar a cabo la negociación del esquema y, por tanto, su modificación en caso de que éste contenga desviaciones o desajustes.

El problema surge cuando no es posible una interacción “cara a cara” y nuestro conocimiento sobre un colectivo depende exclusivamente de los estereotipos que circulan y forman parte de nuestra cultura. En ese caso el esquema se convierte en un elemento determinante y si este esquema contiene errores de tipificación, tales como juicios de valor erróneos, dichos errores se reproducirán y extenderán libremente interfiriendo en la socialización del sujeto o colectivo afectados.

Ésta es, fundamentalmente, la razón por la que es tan importante trabajar y favorecer la visibilidad de determinadas realidades y también la principal motivación de los estudios sobre la imagen social de los más diversos grupos.

Estos estudios son líneas de reflexión que pretenden llamar la atención sobre las desviaciones y aportar información a los discursos socializadores y/o legitimadores.

Dentro de estas líneas de trabajo, una de las más importantes en los últimos años ha sido la del análisis de la imagen social del colectivo LGBT a través del estudio de su codificación en diferentes discursos mediáticos: artes plásticas, cine, prensa, televisión, publicidad, etc.

2. Capacidad del análisis narratológico

La construcción de la realidad y la construcción narrativa tiene, por lo que se ha visto, bastantes factores en común. De algún modo podríamos afirmar que nuestros sistemas de representación son un correlato de nuestros propios procesos cognitivos. La analogía es tan cercana que es casi imposible no tratar de llevar a cabo análisis de la psicología, de las percepciones o de las emociones de los personajes. Nosotros aceptamos que las narraciones son una representación que tiene a la realidad que nos rodea como referente más o menos directo. Esta fidelidad es lo que hace que los estereotipos que se manejan en los ámbitos narrativos se alimenten de los estereotipos culturales y que, a su vez, éstos se realimenten desde los relatos.

Los receptores interpretamos los rasgos de los personajes como correlatos de los rasgos que dan forma a nuestra realidad, de modo que interpretamos los rasgos narrativos como representaciones de los rasgos de la realidad en la que vivimos inmersos y, más aún, los utilizamos para construir nuestro conocimiento de la misma en aquellos casos en los que no podemos acceder directamente a ella.

El rasgo narrativo adquiere por tanto una especial relevancia en los casos de análisis de las imágenes que emanan de las construcciones narrativas. ¿Por qué razón? Escuchemos de nuevo a Chatman: *“La definición de rasgo narrativo como adjetivo (...) sirve para poner de relieve la transacción entre la narración y el público. El público se fía de su conocimiento del código de rasgos en el mundo real”* (Chatman, 1990, pp. 133-134).

He aquí la razón; el rasgo narrativo es una suerte de representante vicario de la realidad en los discursos, de modo que, si hacemos un análisis correcto, nos permite realizar el viaje de vuelta al imaginario colectivo a propósito de la realidad.

De entre todos los existentes del relato sobre los que es posible llevar a cabo un análisis denso, el más eficaz, por analogía, es el personaje. Veamos por qué.

2.1. El personaje como signo

Una de las cualidades del personaje en tanto que existente de los relatos, es que posee una naturaleza signífica. Según Philippe Hamon (Hamon, 1977), un personaje es un signo dentro del discurso y, como tal, se articula en significante y significado. El significante estaría compuesto por las marcas que lo componen, que nos permiten reconocerlo y diferenciarlo de otros personajes mientras que el significado sería el o los referentes con los que dicho significante nos conecta.

Cuando nosotros planteamos el análisis del retrato fílmico —o televisivo, o periodístico o en cualquier otro ámbito— de un personaje, en realidad nos estamos refiriendo a un doble análisis por un lado de significantes, de los rasgos que caracterizan la representación concreta en cada caso y, sobre todo, de significados, es decir, de los referentes hacia los que nos remiten las distintas representaciones. En realidad, desde un punto de vista intencional, lo que pretendemos llevar a cabo en último término cuando realizamos un análisis de la imagen o retrato mediático de un individuo o colectivo es una valoración sobre si los significados que sustenta una determinada representación son adecuados o inducen desviaciones en la percepción social de dicho grupo o sujeto. Este análisis reviste especial relevancia cuando dichas desviaciones inducen situaciones de rechazo o exclusión y, además, no existe una posibilidad razonablemente asequible de renegociación.

En realidad no utilizamos el paradigma de marcas propuesto por Hamon, poco productivo en este contexto debido a su concreción lin-

güística, sino que solemos emplear su elaboración posterior por parte de Seymour Chatman. Chatman sustituyó el concepto de marca por otro que aportaba mucha más densidad y que es, a mi juicio, mucho más productivo para un análisis de este tipo; me refiero al concepto de rasgo entendido como *“un adjetivo narrativo sacado del lenguaje ordinario que califica una cualidad personal de un personaje, cuando persiste durante parte o toda la historia [su ámbito]”* (Chatman, 1990, p. 133).

Lo interesante del rasgo frente a la marca es que esta última, debido a su concreción, se queda constreñida a los límites del discurso y es complicado establecer correlaciones con referentes extradiscursivos más complejos, mientras que el concepto de rasgo, en tanto que adjetivo, posee un alcance mayor y, sobre todo, es posible conectarlo con el conocimiento de los propios rasgos que el lector/espectador reconoce en el referente y, por ende, con sus respectivos significados.

De esta conexión dan fe las numerosas referencias a la “psicología” de los personajes de ficción; un concepto del que abominaron numerosos autores como el propio Roland Barthes, por ejemplo, que rechazó inicialmente esta aproximación pero que acabó aceptando esta dimensión. Esta aproximación resulta esencial en este tipo de análisis de carácter social y/o cultural y las objeciones pueden ser soslayadas entendiendo que si bien los personajes no poseen, hablando con propiedad, una dimensión psicológica, sí cuentan, en tanto que elementos de representación, con una batería de rasgos cuyo referente son categorías psicológicas que reconocemos en nosotros mismos y en otros. Es decir, el personaje no posee psicología como tal, pero sí que puede incorporar una representación de rasgos psicológicos con referente en la realidad. Mieke Bal zanja este debate del siguiente modo: *“El personaje no es un ser humano, sino que lo parece. No tiene una psique, personalidad, ideología, competencia para actuar, pero sí posee rasgos que posibilitan una descripción psicológica e ideológica”* (Bal, 1990, p. 88).

En la moderna narratología el debate sobre la verdadera naturaleza del personaje entre lo funcional y lo psicológico ha encontrado un término medio en el que no se pretende que lo uno reemplace a lo otro sino que, como afirman Canet y Prósper (2009, p. 73): *“El personaje no solo se*

define por la función que desempeña en la historia, sino que también puede ser definido por una personalidad que lo hace un ser único. Por tanto, el personaje además de actuante es persona (...)".

Y añaden, a continuación, citando a Caseti y Di Chio (1991, p. 178): (...) *"analizar al personaje en cuanto persona significa asumirlo como individuo dotado de un perfil intelectual, emotivo y actitudinal, así como de una gama propia de comportamientos, reacciones y gestos"*.

Este es el posicionamiento que nos permite en la actualidad abordar este tipo de análisis; un análisis que nos ofrece la posibilidad de conectar la sociedad representada con la sociedad que actúa como referente y en cuya autopercepción pretendemos, de algún modo, intervenir.

3. El análisis narratológico del personaje

La metodología propuesta inicialmente para el análisis de personajes LGBT (Alfeo, 2001, 108-187 y Alfeo, 2007) es una metodología compleja constituida básicamente por dos secciones: una primera de adscripción narratológica, de naturaleza fundamentalmente cuantitativa, que pretende aislar los rasgos que están componiendo el retrato, dentro de un determinado ámbito discursivo para un colectivo social específico, lo que denominamos la imagen fílmica, televisiva, publicitaria, etc. de dicho colectivo, y otra sección de aproximación desde los denominados estudios culturales, que nos permiten conectar la información del primer análisis con su recepción y su evolución en el imaginario colectivo del ámbito social y cultural de referencia.

En las próximas páginas me centraré en explicitar los parámetros que constituyen la primera parte de este método, que es la que interesa a la vocación narratológica de este artículo.

El análisis narratológico del personaje se aborda en dos ámbitos de cualificación:

- Cualificación directa.
- Cualificación indirecta.

Se puede llevar a cabo siguiendo dos estrategias; la primera, la que solemos aplicar al discurso fílmico, parte del minutado exhaustivo de las películas que componen la muestra y cuya selección constituye uno de los puntos complejos de este tipo de estudios, ya que hay que asegurarse de que la muestra es verdaderamente representativa, a fin de que el análisis no resulte sesgado a priori. En el caso de la televisión, dada la extensión dilatada en el tiempo de una buena parte de las series de ficción, se suele recurrir a analizar una muestra compuesta por aquellos capítulos que contienen puntos de giro relevantes en la construcción de las tramas en relación con la representación de personajes LGBT.

El resultado de la aplicación de este nivel de análisis es una gran base de datos cuantitativos de los que vamos a obtener información sobre cuántas veces aparece tal o cual rasgo asociado al personaje o al grupo de personajes que componen la muestra, es decir, la recurrencia del rasgo. La recurrencia es lo que define, de hecho, el proceso de estereotipificación. Un estereotipo lo es, precisamente, por la estabilidad y recurrencia en su construcción, que es lo que permite su intercambio eficaz y transparente.

Como se ha dicho, en la construcción de todo personaje complejo o, como diría E. M. Forster, esférico (Forster, 1962, p. 75), convergen rasgos que modelan tanto directa como indirectamente al personaje. Pasemos a ver que categorías estudiamos en cada caso².

3.1. Cualificación directa

Es la que se lleva a cabo a través de los rasgos incorporados al propio personaje. Para la elaboración de este modelo de análisis nos inspiramos en los estudios que abordan la realidad social observando qué aspectos resultan relevantes. Esto nos permite analizar los correlatos representacionales de carácter psicosocial empleados en la construcción de los personajes.

Aparecen, de este modo, cuestiones como el sexo, la edad, la ocupación, el estatus socioeconómico o el nivel cultural. En muchos casos es-

tos campos pueden aparecer como “no definidos”; variable que se debe contemplar en todos ellos pues no siempre se expresan de forma clara en los discursos. Veamos al menos la nómina de rasgos que se estudian en este apartado³:

1. Apariencia física

- Edad
- Aspecto externo

2. Perfil socioeconómico

- Nivel cultural
- Nivel socioeconómico
- Estado civil
- Ocupación profesional

3. Datos relativos al entorno

- Núcleo familiar:
 - Actitud del personaje hacia su núcleo familiar.
- Visibilidad del personaje:
 - Visibilidad inicial
 - Visibilidad final
 - Evolución y consecuencias
- Representación hacia el rasgo LGBT en diferentes ámbitos:
 - Ámbito individual
 - Ámbito LGBT
 - Ámbito personal
 - Ámbito familiar
 - Ámbito laboral
 - Ámbito social

4. Caracterización sexual

- Origen del rasgo LGBT
 - Emergencia
 - Génesis
- Integración del rasgo por parte del personaje (autoaceptación)
- Estatuto de realización de la sexualidad del personaje
- Grado exclusividad del rasgo respecto de otros rasgos posibles

3.2. Cualificación indirecta

En este caso los rasgos no aparecen incorporados al propio personaje, sino que emanan de su desarrollo y de su contextualización en la trama.

Responden a este criterio los que se derivan del análisis del espacio, del tiempo y de la acción en relación con el personaje.

El análisis del espacio pretende localizar información acerca de la topografía LGBT, en el caso de que ésta sea específicamente representada.

Interesa en este caso conocer el contexto espacial representado en relación con la cuestión LGBT, lo que nos permitirá saber si se trabajan espacios específicos, los llamados espacios diferenciales, y si existe correlación en la asociación del personaje a espacios concretos y cuál es su naturaleza y su tratamiento.

La productividad del análisis del espacio va a alcanzar verdadero valor cuando sea cruzada con la representación de la acción diferencial. Hablemos, aunque sea brevemente, del concepto de diferencialidad al que estamos aludiendo.

Como ya se ha dicho al principio, la realidad LGBT es, en su mayoría, una realidad oculta, por lo que adquieren especial relevancia en este caso aquellos rasgos que cualifican específicamente a este grupo de personajes diferenciándolos, de ahí el término, del resto de personajes no LGBT.

Por esta razón el espacio y la acción se analizan específicamente con el filtro añadido de la diferencialidad.

Esto es especialmente importante en el caso de la acción, pues no se trata de analizar todo lo que el personaje realiza, sea o no relevante, sino lo que le identifica como personaje LGBT de cara a espectadores que no conocen esta realidad; acciones que pueden reafirmar o contradecir el estereotipo; algo que conviene estudiar detenidamente en este caso específico.

Los parámetros que se analizan en la caracterización indirecta son los siguientes:

1. Caracterización espacial

- Identificación de escenarios
- Naturaleza de los escenarios:
 - Público/Privado
 - Interior/Exterior
 - Urbano/Rural/Natural
 - Genérico/Diferencial
- Representación de espacios diferenciales

2. Caracterización temporal

- Tiempo cosmológico

3. Caracterización mediante la acción diferencial

- La acción sexual
- La acción de identificación
- La acción de relación
- La agresión
- La agresión en relación con el Espacio y Tiempo cosmológico

Como se ve en el esquema, espacio, tiempo y acción diferencial son ámbitos de cualificación del personaje que actúan de manera indirecta.

4. Posibilidades y límites

La principal propiedad del análisis narratológico de los personajes de los relatos audiovisuales es, sin duda, la posibilidad que ofrece de conectar los relatos con la realidad que le sirve de referente y realizar ese camino de ida y vuelta entre la representaciones y el imaginario sociocultural en relación con esferas de la realidad que no son fácilmente analizables, bien sea por lo inaccesible de su objeto, bien porque se trate de realidades marginadas o sobre las que pesa el tabú y, por tanto, no forman parte de la cotidianidad del lector/espectador.

Otra de las potencialidades de este tipo de metodología es que permite reducir de manera considerable la inferencia del analista en el propio análisis, no así evidentemente en la interpretación.

Esta capacidad de convertir las acciones y los rasgos en datos cuantificables, permite elaborar discursos francamente sólidos y realizar afirmaciones contrastables y bien fundamentadas en el debate crítico de legitimación que van más allá del pulso emocional que suele rodear este tipo de intercambios.

Decir que un colectivo tiene una imagen positiva o negativa puede depender, al menos en parte, de la recepción; pero que un protagonista LGBT reciba agresiones físicas o verbales de manera transversal y recurrente a lo largo de una serie razonablemente amplia de textos y en multiplicidad de discursos, es un dato objetivo, cuantificable y, por tanto, difícilmente contestable.

Hay que entender que esta metodología nació en tiempos menos “favorables” donde era necesario respaldar de manera muy firme los argumentos del debate, sobre todo si eran favorables e integradores y estaban destinados no solo a explicar sino a contestar la base del rechazo social. En ese contexto de combate dialéctico, una metodología cuantitativa apelaba a un compromiso de objetividad que permitía desmontar, uno a uno, los argumentos que se alimentaban de prejuicios atávicos.

Otra de las ventajas vinculadas a este modelo metodológico es que es fácil de aplicar de manera interdiscursiva y para diferentes perfiles de personaje, y de hecho se aplica en trabajos como el estudio de Irene Pelayo (2009) en relación con el lesbianismo en cine y el análogo de Beatriz González de Garay (2010) en el medio televisivo.

En cuanto a las limitaciones, no son especialmente relevantes pero existen algunas, por otro lado, fácilmente subsanables.

En primer lugar tendríamos que sus posibilidades de exhaustividad hacen que sea un método no demasiado fácil de manejar y su aplicación resulta costosa en tiempo en el caso, por ejemplo, de análisis de grandes series televisivas, salvo que se disponga de equipos de investigación más o menos amplios. En este caso se recurre al análisis, como ya se ha mencionado en anteriores epígrafes, de capítulos en cuyas tramas parciales se produzcan puntos de giro.

La principal limitación tiene que ver con su alcance. El análisis narratológico concebido y aplicado de este modo, no ofrece por sí mismo

la conexión con los significados que los personajes y sus circunstancias adquieren en su conexión con el imaginario del espectador y su contexto histórico, social y cultural. Es necesario que sobre el análisis narratológico se lleve a cabo una interpretación que puede conectar con las metodologías cualitativas propias del ámbito de los estudios culturales y que nos permitirá desentrañar los significados e implicaciones, a todos los niveles, de la representación. Por ejemplo, el análisis narratológico puro nos dará como resultado que los protagonistas de las películas filmadas durante el periodo denominado de “Transición Democrática” en España, llevaban a cabo sistemáticamente una acción que era la de “confesión” en la que el personaje se exponía al juicio público; una acción que le definía como héroe y que, al parecer, formaba parte esencial de su elaboración; por decirlo de alguna manera, una de las etapas de su odisea personal. Pues bien, es necesario ir más allá del rasgo y explicar las implicaciones de carácter semiótico, desde lo simbólico a lo referencial, que subyacen a esa necesidad discursiva de que un personaje, en tono grave y compungido, recabe humildemente el reconocimiento y la comprensión de otro, y es necesario porque ello nos conecta con el estatuto “redimible” de la condición homosexual a finales de los 70, con el concepto subyacente de culpa y con la concepción de la realidad LGBT en el imaginario social de ese momento. Por su parte, lo sistemático de la aplicación de un modelo de análisis narrativo permitió el hallazgo de modalidades estables de representación en el cine español en relación con el universo LGBT y sus circunstancias, no previstas ni tampoco evidentes en una primera lectura ni en el planteamiento inicial.

Se podría decir que el análisis narratológico se constituye de esta manera en la cimentación cuantitativa de un análisis cualitativo posterior, de mayor alcance cuanto más profundo sea el primero. Es evidente que un estudio solvente, hoy en día, no puede plantearse emplear exclusivamente un único tipo de herramienta y está demostrado que la sinergia entre lo cuantitativo y lo cualitativo es la clave del éxito en la mayor parte de los análisis. La complicación final reside, en último término, en decidir hasta dónde es necesario llevar cada uno de ellos y con qué grado de exhaustividad se necesita abordarlo.

Pero esto es una decisión que vendrá determinada, como tantas cosas, por la experiencia.

Conclusiones

Las realidades sociales ocultas dependen de manera determinante de los estereotipos que sobre ellas elaboran los discursos culturales en sus más diversas manifestaciones.

El análisis de dichos estereotipos constituye una fuente de primera magnitud para el conocimiento del imaginario colectivo en relación con aspectos de la realidad a la que el ciudadano no puede acceder ni directa ni cotidianamente.

La narratología ofrece una herramienta: el análisis de rasgos aplicados al personaje, como vía de conocimiento y de extracción de información sistematizada en relación con la construcción de los estereotipos en todo tipo de discursos y, más específicamente, *mutatis mutandis* en cuanto al modelo, en el análisis de la imagen fílmica, televisiva, radiofónica, periodística, publicitaria, etc.; en definitiva del retrato mediático de colectivos sociales y ha demostrado, y sigue demostrando, una gran eficacia en su aplicación en los estudios de representación audiovisual del colectivo LGBT a través de los personajes protagonistas de ficciones cinematográficas y televisivas.

Su complejidad reside en las dificultades para determinar las variables del modelo y en establecer la extensión y la profundidad del estudio.

El análisis narratológico ha demostrado ser un excelente cimientto que permite un mayor alcance posterior a los estudios de naturaleza cualitativa que sobre él se elaboren.

Este tipo de estudios ofrecen las bases para una argumentación sólida, a la par que desapasionada, en el no siempre fácil debate en pos de la legitimación y del conocimiento sociales que es, a fin de cuentas la finalidad última de nuestra labor como investigadores, ya sea aplicada al colectivo LGBT o a cualquier otra causa.

Notas

¹ *LGBT: acrónimo de los términos Lésbico, Gay, Bisexual y Transexual empleado para englobar a todos los sectores implicados en la lucha por los derechos civiles vinculados a —o limitados en virtud de— la orientación sexual.*

² *Hago notar la diferencia conceptual, pese a su proximidad terminológica, que existe entre esta división y la propuesta por Ewen (1971, p. 7; 1980, pp. 33-34) citado por Canet y Prósper (2009, p. 76). Para Ewen la “definición directa” emana de los testimonios y opiniones; básicamente del “decir” de otros personajes, mientras que la “presentación indirecta” funciona a través de “lo que se muestra o se representa que no de lo que se dice o narra sobre él” (Canet y Prósper, 2009, p. 77).*

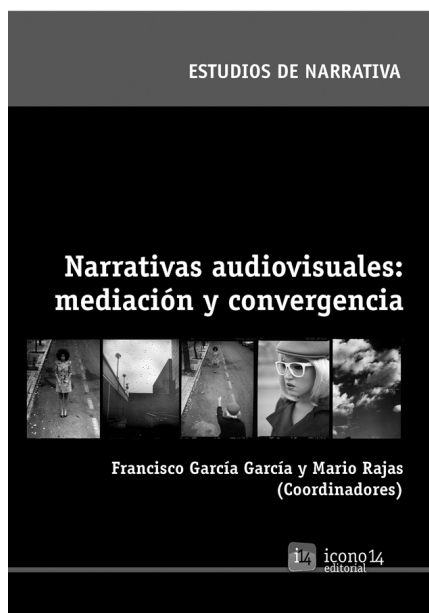
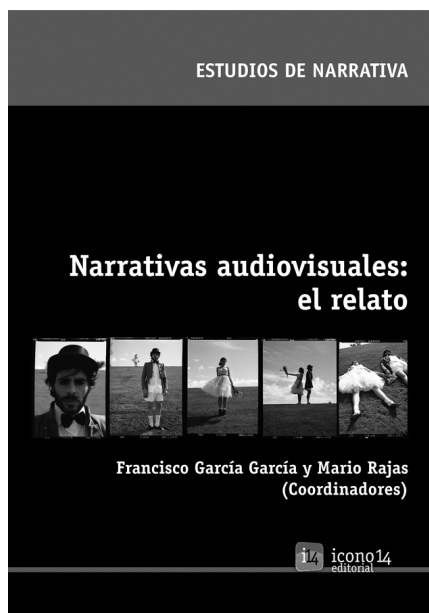
³ *Excede a la extensión e intención de este artículo el desarrollo exhaustivo de la metodología a la que se alude, pero puede ser consultada detalladamente en Alfeo, 1997 o en Alfeo, 2007.*

Bibliografía

- Alfeo Álvarez, J.C.** (1997). *La imagen del personaje homosexual masculino como protagonista en la cinematografía española*. Tesis Doctoral dirigida por Francisco García García (2001). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- (2000). El enigma de la culpa: la homosexualidad y el cine español 1962-2000. *International Journal of Iberian Studies*, 13(3). Bristol: Intellect.
- (2007). Una propuesta cuantitativo/cualitativa de análisis del personaje cinematográfico aplicada al personaje homosexual. En J. Marzal Felici, y F. J. Gómez Tarín (Eds.), *Metodologías de análisis del film*. Madrid: Edipo.
- González de Garay, B.** (2011). Negociación de la visibilidad homosexual en la ficción televisiva española. En *Actas del Congreso Internacional Congénere 2010*. Girona: Universitat de Girona. (En prensa).
- Allport, G.W.** (1968). *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Eudeba. (R. Malfé, Trad.) (Original *The nature of prejudice*. Cambridge: Mass.: Addison-Wesley Pub. Co., 1954).
- Bal, M.** (1990). *Teoría de la narrativa (una introducción a la narratología)*. (J. Franco, Trad.) Madrid: Cátedra (Original *De theorie van vertellen en verhalen: inleiding in de narratologie*. Muiderberg; Coutinho, 1978).
- Berger, P.L. y Luckman, T.** (1995). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. (S. Zuleta, Trad.) (Original publicado en Londres: Penguin P., 1967).
- Canet, F. y Prósper, J.** (2009). *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Chatman, S.** (1990). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus.

- Cuesta, U. y Menéndez, T.** (2006). La percepción del personaje y su construcción psicológica. En F. García García (Ed.) *Narrativa audiovisual*. Madrid: Ediciones del Laberinto.
- Forster, E. M.** (1962). *Aspects of the novel*. Harmondsworth: Penguin. (1ª Edición publicada en Londres: E. Arnold, 1927).
- García Jiménez, J.** (1993). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Lippmann, W.** (1991). *Public Opinion/Walter Lippman; with a new introduction by Michael Curtis*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Pelayo, I.** (2009). *Imagen fílmica del lesbianismo a través de los personajes protagonistas lésbicos en el cine español*. Tesis doctoral dirigida por Juan Carlos Alfeo Álvarez. Madrid: Universidad Complutense.

También disponible en Estudios de Narrativa:



ESTUDIOS DE NARRATIVA / 2

Una de las características más sobresalientes de los medios audiovisuales es su enorme capacidad para integrar recursos narrativos de cualquier tipo por medio de la articulación formal de los discursos de la imagen y el sonido.

En este libro se presentan diversas propuestas de análisis de los discursos cinematográficos, televisivos, radiofónicos y publicitarios, desde una perspectiva transversal y multidisciplinar a partir de un objeto de estudio común: la construcción narrativa audiovisual.

A partir de este planteamiento metodológico fundamental, *Narrativas audiovisuales: los discursos* establece dos objetivos principales:

- Estudiar los discursos fílmicos, televisivos, radiofónicos y publicitarios atendiendo a sus características narrativas específicas como sistemas, medios, soportes y formatos diferenciales.
- Abrir líneas de investigación para profundizar en el conocimiento de las narrativas actuales y su aplicación práctica en la creación de nuevos contenidos para los medios audiovisuales e hipermedia.

Francisco García García es Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Mario Rajas es Profesor Contratado Doctor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.